

## **Tecnologia e storytelling per valorizzare il patrimonio culturale. Il progetto MP<sup>3</sup> - Mondovì**

Di Alessandro Bollo<sup>1</sup>

I percorsi che legano tecnologie, turismo e valorizzazione culturale si fanno sempre più fitti e intrecciati. Si tratta di un processo che negli ultimi anni, a livello internazionale e nazionale, ha subito un'accelerazione sensibile a causa di una molteplicità di fattori. *In primis* la pervasività di Internet e la rilevanza crescente del settore turistico nella galassia web, la diffusione delle cosiddette "tecnologie mobili" (palmari, smart phone, lettori mp3, ricevitori gps, ecc.) e i costi decrescenti per la loro produzione. Sul fronte del settore pubblico e in particolare delle amministrazioni locali - anche grazie alle ingenti opportunità di finanziamento dell'Unione Europea attraverso i Fondi Strutturali e i diversi programmi di sostegno alla ricerca e innovazione - sono state incentivate una moltitudine di iniziative e progetti di valorizzazione turistico-culturale basate sull'applicazione di soluzioni tecnologiche innovative e sperimentali. Non infrequentemente, occorre dirlo, si è trattato di progetti realizzati utilizzando prodotti e innovazioni tecnologiche nati per altri contesti di applicazione e per altre finalità di ricerca: il progetto si è spesso piegato ai requisiti della tecnologia più di quanto la tecnologia non si sia piegata alle necessità del progetto. Per quanto riguarda la domanda invece, la componente culturale è sempre di più un fattore determinante nel motivare o nel contribuire alla costruzione del "palinsesto" di esplorazione e conoscenza di un luogo o di una città. Secondo una recente ricerca dell'Eurobarometer il 69% degli europei è interessato all'arte e alla cultura del proprio paese e il 56% anche a quelle di altre regioni del mondo; il 54% ha visitato nell'ultimo anno almeno un monumento<sup>2</sup>. Aumenta, conseguentemente, l'importanza di rendere conoscibile, accessibile e accattivante un sistema culturale territoriale la cui crescita sarà tanto più sostenibile e durevole quanto maggiore sarà la capacità combinare armonicamente i diversi fattori di attrattiva (hard e soft) fornendo opportunità e modalità di fruizione differenziate e il meno conflittuali possibili nell'utilizzo di alcune risorse strategiche (si pensi alla fragilità di alcuni sistemi territoriali, ai fattori "tempo" e "spazio" nei comportamenti di consumo e alla necessità di de-stagionalizzare e de-spazializzare riorientando i flussi turistici). I diversi fattori di attrattiva dovrebbero poter

---

<sup>1</sup> Alessandro Bollo è coordinatore dell'area Ricerca e Consulenza della Fondazione Fitzcarraldo.

<sup>2</sup> Eurobarometro n. 278 "I valori culturali europei". Per un maggiore approfondimento sul tema del culturismo culturale si veda, tra gli altri, il cap. 9 "Il viaggio incontra la cultura: il turismo culturale", in *Annuario del Turismo e della Cultura 2009*, a cura del Centro Studi del Touring Club Italiano

essere riconosciuti, letti, e fruiti sia in modo fortemente integrato – attraverso forme efficienti di organizzazione del “tempo” e dello “spazio” - sia attraverso modalità libere e personalizzate di esperienza turistica. È quasi scontato ricordare come il turismo sia oggetto di forti processi di cambiamento e si imponga una domanda sempre più esigente in termini di qualità dell’esperienza ricercata. Qualità in cui giocano un ruolo determinante l’accessibilità, la cultura dell’accoglienza, la disponibilità di informazioni, ma anche la possibilità di vivere e conoscere un territorio a partire da prospettive inusuali, di scoprire qualcosa che non si stava cercando, di ritrovare, in ultima istanza, quello che i viaggi sembrano sempre meno capaci di offrire: il senso della scoperta, dell’autenticità e dell’inaspettato.

Il rapporto tra innovazione, turismo e valorizzazione dei beni e dei territori appare inevitabilmente destinato a farsi ancora più stringente e vincente, soprattutto se da tale relazione emergeranno soluzioni in grado di soddisfare - in modo semplice e accessibile - i bisogni emergenti di conoscenza, di approfondimento, di “orientamento” nella stratificazione della storia e delle storie dei luoghi.

Tuttavia, merita attenzione il fatto che a tutt’oggi sono pochissimi, se non nulli, gli studi e le analisi che valutano l’efficacia di specifiche soluzioni tecnologiche (podcasting, audio-guide, “palmari intelligenti”, ricevitori gps, ecc.) per far conoscere, promuovere e valorizzare i grandi luoghi d’arte, così come i tanti percorsi e centri minori del nostro Paese. Non esistono infatti valutazioni empiriche sugli effettivi livelli di utilizzo (se non per le audioguide noleggiabili dentro i musei), sulle tipologie di utenti, sull’usabilità di applicazioni e terminali che richiedono gradi diversi di familiarità con le tecnologie. Di conseguenza, non è ancora chiaro quanto e a quali condizioni le innovazioni di processo e di prodotto apportino un effettivo miglioramento dell’esperienza di visita, se cioè abbiano colto le esigenze del residente e del turista e siano state in grado di fornire risposte che partano realmente da tali esigenze ed istanze.

### *Il progetto Mp3 Mondovì*

La necessità di “sperimentare per valutare” l’impiego della tecnologia nella valorizzazione del patrimonio culturale di un territorio ha rappresentato una delle coordinate principali del progetto “MP<sup>3</sup> - Mondovì Podcasting per Percorsi Personalizzati”. Il percorso nasce dalla positiva partecipazione ad un bando promosso da Fondazione Cassa di Risparmio di Cuneo

nel 2007 a sostegno di progetti di ricerca fortemente innovativi e finalizzati allo sviluppo del territorio cuneese<sup>3</sup>.

Concretamente si tratta di totem multimediali e interattivi presenti sul territorio che distribuiscono storie. I "distributori di storie", realizzati con un design che riprende e riattualizza le forme dei distributori di benzina immortalati da Edward Hopper negli anni Quaranta, informano e consentono il trasferimento libero di file audio digitali che parlano di luoghi di interesse storico artistico, suggeriscono percorsi di esplorazione, raccontano una storia lunga quasi mille anni. Le storie narrano dei personaggi e del patrimonio spesso sconosciuto della Mondovì Barocca, dei territori circostanti dove si possono ascoltare le voci dei pellegrini diretti al Santuario di Vicoforte o dei contrabbandieri che si inerpicano lungo la valle dell'Ellero, una delle principali Vie del Sale medievali. Sono stati realizzati, in questa prima fase sperimentale, due distributori: uno itinerante (collocato in diversi comuni del territorio in occasione di eventi, feste e in destinazioni turistiche legate al turismo invernale e montano), l'altro stabilmente installato all'arrivo della Funicolare che congiunge la parte bassa di Mondovì (Breo) con quella alta (Piazza).

La progettazione di MP3 Mondovì è stata sollecitata da specifiche esigenze di fondo: innanzitutto individuare modalità innovative di narrazione e di evocazione dei fattori di attrattiva storico-culturale dei due centri storici di Mondovì e del loro rapporto con il territorio circostante, che accompagnano il turista e il residente nell'esplorazione di percorsi, luoghi e paesaggi legati al patrimonio barocco e arricchiti da spunti su aspetti – significativi, ma anche aneddotici - della storia e delle storie di Mondovì. Si intendeva inoltre sperimentare soluzioni tecnologiche (podcasting, totem interattivi, device mobili quali i lettori mp3 e telefonini) capaci di garantire il massimo grado di libertà, flessibilità e facilità di utilizzo da parte dei potenziali utilizzatori del sistema (presumibilmente diversi per esigenze, intenzioni di visita, dimestichezza con i dispositivi tecnologici). La tecnologia realizzata consente infatti agli interessati di scaricare i percorsi narrati direttamente sui propri dispositivi portatili (lettori mp3, I-POD, Creative, cellulari multimediali) collegandoli "ai distributori di storie". Chiunque può infatti scaricare gratuitamente e liberamente i file audio collegando il proprio lettore mp3 per mezzo di *plug* che "escono" dal corpo del totem oppure tramite la tecnologia bluetooth.

A differenza di altre esperienze simili di podcasting - che operano solo "in remoto" attraverso Internet e consentono all'utente di acquisire file audio e video per preparare la visita – l'intenzione di Mp3 Mondovì è anche quella di favorire un incontro casuale e inaspettato con

---

<sup>3</sup> Si tratta di un percorso di ricerca realizzato da Fondazione Fitzcarraldo in partnership con il Politecnico di Torino, Kalatà e l'Accademia dei Folli. L'intero progetto e i file audio sono scaricabili all'indirizzo <http://mp3.fitzcarraldo.it>

un oggetto di design dal forte impatto comunicativo (il totem), capace di invitare “sul momento” alla scoperta del luogo, proponendo una modalità alternativa e divertente di visita. Lo storytelling, frutto di un lavoro congiunto e fortemente interdisciplinare tra i diversi soggetti del gruppo di progetto, è stato infatti concepito come volontario distanziamento dai canoni e dai registri stilistici e contenutistici della classiche audio-guide per perseguire la forma del racconto a più voci - destrutturato, ironico e a volte un po’ surreale – orientato a restituire suggestioni, frammenti di discorso che aprono a possibili letture e interpretazioni del territorio e dei personaggi chiave che l’hanno plasmato.

Con *MP3 Mondovì* si è quindi inteso sperimentare un sistema capace di assolvere a due funzioni fortemente sentite nel Monregalese: da una parte, intercettare il visitatore casuale (e, in tale categoria, può essere compresa anche la popolazione residente), che attualmente, una volta sul territorio, non trova un’adeguata offerta organizzata per la scoperta, l’interpretazione e la valorizzazione del territorio. Dall’altra, di progettare un’infrastruttura tecnologica che, in futuro, sia in grado di erogare servizi e contenuti differenziati per natura e contenuto per una domanda più ampia ed eterogenea.

### *La valutazione e i primi risultati*

Elemento cardine della progettazione era la valutazione. La logica valutativa di Mp3 Mondovì è stata improntata ad un approccio esplorativo incentrato su una duplice finalità. Migliorare “il prodotto” in corso di progettazione attraverso la realizzazione di una *formative evaluation* (indagini osservanti e focus group con differenti target di utenza) e valutare *ex post* la capacità dei “distributori” di attrarre i visitatori e di invogliarli al download delle tracce audio.<sup>4</sup>

Per quanto concerne il primo aspetto sono state analizzate:

- a) la qualità dell’interazione con l’interfaccia del totem,
- b) i contenuti delle tracce audio,
- c) la facilità di trasmissione dei dati dal totem alle singole device di proprietà degli utilizzatori,

---

<sup>4</sup> Dal punto di vista metodologico le valutazioni si sono basate principalmente sull’analisi dei file di log presenti nei pc delle postazioni interattive che hanno consentito di conteggiare: il numero di interazioni con l’interfaccia, il numero di volte in cui è stata attivata una connessione, il numero di volte in cui il download dei file è andato a buon fine, il numero di abbandoni espliciti e malfunzionamenti nella trasmissione dei dati. L’interpretazione complessiva dei risultati è stata inoltre integrata da valutazioni di natura più qualitativa derivanti dalle osservazioni e dai focus group condotti su target specifici di utenti test.

d) la capacità della narrazione di accompagnare lungo uno specifico percorso e di far apprezzare i punti chiave.

Le indicazioni e i suggerimenti emersi durante la fase di sperimentazione sono stati determinanti per il miglioramento della versione finale. La valutazione del funzionamento dei totem ha consegnato infine risultati che sono andati ben oltre le aspettative del gruppo di lavoro. Nel periodo di rilevazione (tra novembre 2008 e gennaio 2009, un periodo non particolarmente trainante dal punto di vista turistico) sono state registrate ben 1039 interazioni con il totem, dato che lascia supporre che circa un migliaio di persone abbiano notato e "utilizzato" in qualche modo il sistema. In media si tratta di 11,5 contatti al giorno. Se si considera un'inevitabile differenza tra festivi e feriali negli arrivi turistici e nell'utilizzo della funicolare si può stimare che nel weekend i contatti siano dell'ordine dei 30-40 giornalieri. Molto interessanti inoltre i risultati inerenti la capacità del totem di invogliare al download dei percorsi narrati. Circa un utente su quattro ha infatti attivato la connessione per il download dei file! Si tratta di un risultato più che soddisfacente che è molto superiore rispetto alle performance previste (uno su dieci) tenendo conto che non tutti gli utenti sono dotati di una device compatibile (lettore file audio o telefonino bluetooth) e che il download dei file richiede una navigazione mediamente attenta e comunque non superficiale.

Per quanto concerne la tipologia delle device e dei protocolli di trasmissione utilizzati circa il 55% delle connessioni sono avvenute su lettori mp3 che utilizzano una generica connessione USB, il 24% attraverso il protocollo bluetooth per telefoni cellulari e smartphone, il 18% su lettori Ipod. Molto bassa (3%) l'incidenza dei protocolli MTP<sup>5</sup>. Nuovamente, tale aspetto rivela la varietà e l'eterogeneità dei supporti utilizzati(bili) dagli utenti e la validità di progettare un sistema di comunicazione in grado di dialogare con molteplici supporti e dispositivi. Occorre inoltre segnalare che delle 263 connessioni, 103 (39%) si sono effettivamente tradotte in un download completato con successo. Per quanto riguarda il mancato completamento del trasferimento dei file, nel 20% si tratta di abbandoni espliciti (l'utente ha preferito non proseguire per timore di problemi alla memoria della device), nell'80% di problemi tecnici di trasmissione.

Complessivamente, integrando le valutazioni dei file di log con quelle derivanti dai focus group e dalle indagini osservanti, si possono così sintetizzare le principali evidenze della sperimentazione del progetto Mp3 Mondovì:

---

<sup>5</sup> Protocollo utilizzato prevalentemente per i lettori Creative e Samsung.

- Il totem, grazie ad un design accattivante e insolito, ha dimostrato una buona efficacia come “oggetto” comunicativo, capace di generare attenzione e interesse.
- La localizzazione e le condizioni di fruizione (tranquillità, tempo a disposizione, corretta esposizione, protezione, presenza di flussi significativi) si sono rivelati fattori cruciali nel determinare le performance di utilizzo (si veda la differenza di risultati tra la collocazione nella funicolare nel cuore di Mondovì e quella nella località sciistica di Prato Nevoso).
- I contenuti narrativi delle tracce audio (uno degli elementi peculiari del progetto) – che proponevano un percorso esperienziale volutamente distante rispetto a quello delle classiche audio guide, con una prevalenza di aspetti ludico narrativo rispetto ad un registro più informativo e denotativo tipico delle audioguide turistiche – sono stati apprezzati dagli utenti durante i test che ne hanno riconosciuto l’originalità, l’intento innovativo e la piacevolezza complessiva. Solo un target più “esigente” (in particolare gli studenti di architettura) ha lamentato la mancanza di approfondimenti “verticali”, ovvero la possibilità di ricevere informazioni di secondo livello, di contenuto più approfondito su aspetti storico-architettonici dei beni e delle emergenze presenti lungo il percorso.
- Il processo di trasmissione dei dati (downloading dei file) si è rivelato complessivamente adeguato dal punto di vista tecnologico, anche in relazione all’elevato grado di complessità nella gestione di device e protocolli differenziati. L’analisi dei file di log e le osservazioni suggeriscono possibilità di miglioramenti relative sia alla “robustezza” del trasferimento (arrivare ad un tasso di completamento del 60-65%) sia nel processo guidato di downloading.
- Possibili evoluzioni future del progetto. Si tratta di un progetto che sia per gli elementi di contenuto sia per le implicazioni di ordine tecnologico richiede tempi medi per essere conosciuto e utilizzato nella sua completezza e nelle sue potenzialità. Le indicazioni di test indicano la possibilità di individuare nuovi percorsi per arricchire l’offerta attuale e di avviare in futuro un vero e proprio processo di podcasting, ovvero la possibilità di coinvolgere gli utenti (in particolare i cittadini del territorio) nella realizzazione di filmati audio e video scaricabili su un sito web e sul totem multimediale in cui oltre ai percorsi “ufficiali” possano essere proposte voci e storie diverse in grado di raccontare Mondovì e il Monregalese con prospettive, registri narrativi e gradi di autenticità differenti. La fase attuale ha previsto l’utilizzo esclusivo

di totem multimediali, in futuro sarebbe auspicabile anche l'utilizzo di un sito web di promozione turistico-culturale come spazio aggiuntivo per lo storytelling di Mp3 Mondovì.

In sintesi, questi primi elementi esplorativi di valutazione consentono di evidenziare l'importanza di alcuni elementi chiave nella progettazione di questo tipo di applicazioni: la qualità del design degli oggetti che devono richiamare l'attenzione del visitatore, la localizzazione e le condizioni di fruizione, i contenuti narrativi delle tracce audio e il testing in corso d'opera.